

**ANALISIS PERILAKU PERUBAHAN PELAKU UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19
GUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DENGAN PEMANFAATAN E-COMMERCE DI
KOTA MEDAN**

Yosi Annisa^a, Achmad Fauzi^b

^aFakultas Ekonomi, ysiannisa6499@gmail.com, Universitas Terbuka

^bFakultas Ekonomi, achmad_fauziok@yahoo.com, Universitas Terbuka

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the higher one of pillars of Indonesian economy. MSMEs are the one of the place for employes in Indonesia. There are many MSMEs experienced setbacks during pandemic Covid-19, due to restrictions social activities at outdoor, so many workers also affected and ultimately had an impact on decline in the Indonesian economy. So, there are many MSMEs run their business through e-commerce. In this article, author will discuss about how does it impact the progress of digital economy include e-commerce on developing MSMEs economic growth specially in Medan City on pandemic Covid-19. Qualitative research is the research method that chose by author by descriptive analytic method. There are 8 MSMEs as informan in Medan City during Pandemic Covid-19. The result is 100% informan admits that is easier to make sales and 100% informan admits that is easier to use e-commerce and they can reach more area to sales. E-commerce has a positive effect to MSMEs in Medan City during Pandemic Covid-19

Keywords: Covid-19, E-Commerce, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs).

ABSTRAK

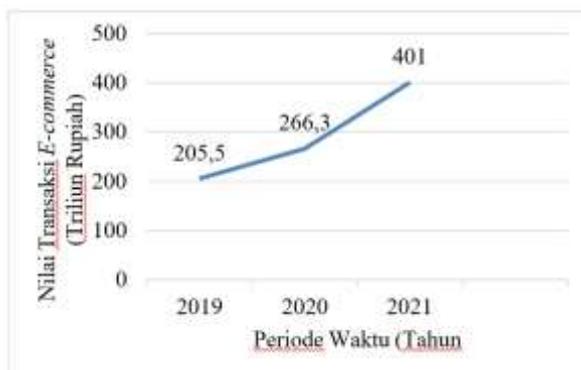
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar sektor ekonomi Indonesia yang paling tinggi. UMKM juga merupakan salah satu wadah pencipta lapangan kerja di Indonesia. Banyak UMKM yang mengalami kemunduran saat Pandemi Covid-19 karena adanya pembatasan kegiatan sosial diluar ruangan, sehingga banyak pekerja yang terdampak juga dan akhirnya berdampak juga ke penurunan perekonomian Indonesia. Untuk itu banyak pelaku UMKM menjalankan bisnisnya melalui e-commerce. Untuk itu dalam artikel ini akan membahas bagaimana dampak perkembangan ekonomi digital termasuk e-commerce dalam mengembangkan pertumbuhan ekonomi UMKM khususnya di Kota Medan pada masa pandemi Covid-19. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang dipilih oleh penulis dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Dari 8 orang informan yang tetap menjalankan kegiatan UMKM di Kota Medan selama masa pandemic Covid-19. Hasilnya menunjukkan bahwa 100% informan mengakui bahwa lebih mudah melakukan penjualan dan 100% informan mengakui pemasaran melalui e-commerce juga lebih mudah dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. E-commerce memberikan banyak dampak positif bagi UMKM pada masa pandemi di kota Medan

Kata Kunci: Covid-19, E-Commerce, Usaha Kecil, Mikro, Menengah.

1. PENDAHULUAN

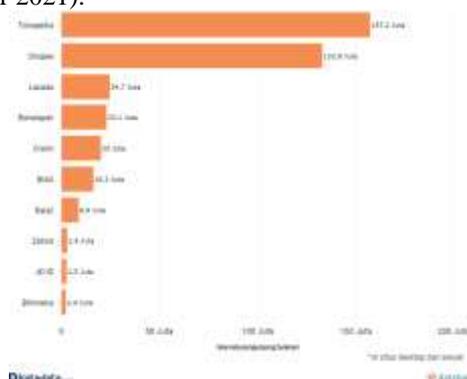
UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah bagian dari sector perekonomian yang banyak mengalami kemerosotan di masa pandemi Covid-19. Penyebabnya adalah karena banyaknya tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan dan pendapatannya sehingga menurunkan minat beli masyarakat (Silfia & Utami, 2021). UMKM di Indonesia adalah salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Saat ini Indonesia sudah memiliki UMKM sejumlah 64,2 juta yang memiliki kontribusi perekonomian Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau bernilai 8.573,89 triliun rupiah (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2021).

Dengan meningkatnya pandemi covid-19 di Indonesia, banyak kegiatan offline yang terhenti, tetapi kegiatan melalui online meningkat. Salah satu kegiatan online yang diuntungkan adalah transaksi melalui e-commerce. Transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2022 naik mencapai angka 59,4%. Hal ini juga berlaku dengan penjualan makanan yang semakin meningkat dengan adanya pembatasan kegiatan sosial. Penggunaan layanan Food Delivery online naik sebesar 68,1% di masa pandemi (Kemp, 2022).



Gambar 1 Nilai transaksi e-commerce 2019-2021
 Sumber: Bank Indonesia (2021)

Pada Gambar 1 terlihat bahwa nilai transaksi e-commerce dari tahun 2019-2021 terus meningkat. Pandemi Covid-19 sebagian besar menjadi penyebab naiknya transaksi melalui e-commerce. Menurut laporan yang berjudul *The State of E-Commerce App Marketing 2021* menyatakan bahwa Indonesia adalah pengguna e-commerce dengan vitur Android terbesar ke-3 di dunia setelah Brazil dan India. Masa pandemic meningkatkan aktifitas penjualan online dan hal ini berjalan lurus dengan meningkatnya kunjungan e-commerce Indonesia (Appsflyer 2021).



Gambar 2 Situs E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung* Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022)
 Sumber: Databoks (2022)

Pada gambar 2 yang berdasarkan dari data iPrice, menunjukkan bahwa Tokopedia dan Shopee merupakan 2 jenis e-commerce yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia (Databoks 2022). Dalam mendukung kemajuan UMKM di kota Medan, pemerintah kota Medan dan PT. Tokopedia menjalin kesepakatan Bersama dengan UMKM di Kota Medan agar dapat besinergi dengan baik dan mengoptimalkan pemanfaatan dalam menggunakan e-commerce. Salah satu caranya adalah dengan memberikan edukasi dan pelatihan UMKM tentang digital marketing. (Kominfo Kota Medan, 2022). Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dalam tulisan ini akan dibahas tentang bagaimana perkembangan e-commerce dalam mengembangkan pertumbuhan ekonomi UMKM di Kota Medan

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 E-Commerce

Menurut Kotler & Armstrong (2012) *E-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan (Kotler, Armstrong 2012). Menurut Wong (2010) *e-commerce* adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet (Wong, 2010). Menurut Laudon (2012), E-Commerce adalah menggunakan media internet dan website untuk melakukan transaksi bisnis antara organisasi dengan individu. (Kenneth, Laudon, Traver 2012). Elektronik Commerce (E-Commerce) adalah kegiatan jual-beli antara pembeli dan penjual yang menggunakan jaringan komputer, yaitu internet. E-Commerce ini sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial.

2.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Indonesia juga mengatur kriteria UMKM yang dituliskan dalam peraturan perundang-undangan Pemerintah pada UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada UU No. 20 Tahun 2008, UMKM memiliki beberapa kriteria terpisah untuk mendefinisikan pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Menurut Susana Suprapti (2005: 48), UKM (Usaha Kecil Menengah) adalah badan usaha baik perseorangan atau badan hukum yang berdiri sendiri. Memiliki kekayaan bersih sebanyak 200 juta dan mempunyai hasil penjualan rata-rata sebanyak Rp 1 milyar/tahun. (Susana, Suprapti 2005).

Menurut Ball, Donald & Mc Culloch, Wendell H (2001 : 494), UKM (Usaha Kecil Menengah) adalah badan usaha yang memiliki modal kecil lebih dari 300 juta dengan pegawai lebih dari 100 orang dan kekayaan bersih 100 juta. (Ball, Culloch, Wendell 2001). Berdasarkan definisi UMKM menurut beberapa pakar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa UKM memiliki kriteria sebagai badan usaha dengan kekayaan bersih 100 juta.

2.3 Covid-19

Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) merupakan penyakit baru yang muncul pada tahun 2019. Covid-19 adalah virus yang masih memiliki hubungan dengan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) maupun jenis flu biasa lainnya. Virus ini tersebar melalui udara dan sangat cepat penyebarannya (World Health Organization, 2022). Pada tanggal 18 Desember sampai 29 Desember 2019, telah ditemukan orang pasien dengan penyakit pneumonia yang parah di Rumah Sakit Wuhan Jinyintan, provinsi Hubei, China. Penyakit ini diawali dengan demam, batuk bahkan hingga *Acute Respiratory Distress Syndrome* (ARDS) (Ren, Wang, Wu, & et al 2020)

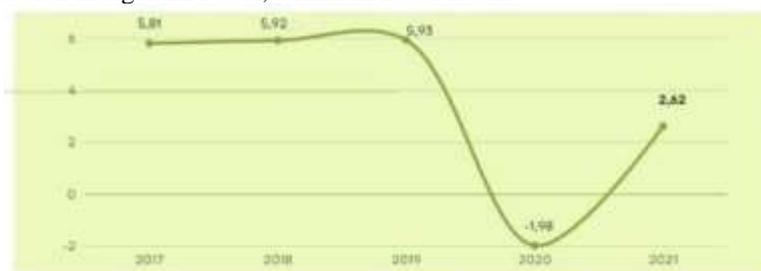
Corona Virus merupakan virus RNA yang memiliki partikel 120-160nm. Corona Virus utamanya menyerang hewan, salah satunya unta dan kelelawar. Namun apabila seseorang merupakan perokok, memiliki penyakit komorbid hipertensi, dan diabetes melitus, hal ini dapat menjadi factor resiko terinfeksi Corona Virus. (RiedelS, Morse S & et al 2019).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang merujuk kepada pendapatnya seseorang yang terlibat langsung dengan fenomena yang sedang dibahas (Fadli, 2021). Sumber data yang penulis gunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban questioner online melalui google form. Data sekunder diperoleh dari berbagai jurnal dan buku yang kredibel sebagai acuan dan referensi dalam penelitian ini. Data sekunder lainnya adalah data transaksi e- commerce. Penelitian ini ditujukan kepada para pelaku UMKM di kota Medan dalam penggunaan e- commerce dalam meningkatkan perekonomian daerah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan E-Commerce Dalam Mengembangkan Pertumbuhan Ekonomi UMKM Di Kota Medan. Dengan adanya Virus Covid-19 yang menyebar di Indonesia, maka Pemerintah langsung mengambil kebijakan untuk adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengakibatkan pembatasan kontak dengan orang lain. Hal ini diatur dalam PP No. 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Pembatasan ini berakibat dengan tidak adanya kegiatan di sekolah maupun tempat kerja; kegiatan keagamaan; bahkan kegiatan lainnya di berbagai tempat umum (Peraturan Pemerintah 2020). Hal ini menyebabkan perekonomian di daerah mengalami resesi, termasuk kota Medan.



Gambar 3 Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Medan Tahun 2017-2021 (%) Sumber: BPS Kota Medan 2022

Berdasarkan data gambar diatas menunjukkan bahwa Perekonomian di Indonesia di Tahun 2021 sudah meningkat dengan ditandainya pengurangan kasus Covid-19 dan pelanggaran PPKM yang ada di kota Medan. Kota Medan sudah menyumbangkan sebesar 29,24% dengan pertumbuhan 2,26% terhadap perkembangan perekonomian Sumatera Utara (BPS Kota Medan 2022)

UMKM merupakan salah satu pilar untuk membangkitkan Indonesia dari keterpurukan perekonomian global. UMKM menawarkan banyaknya sektor untuk penyerapan tenaga kerja. Untuk itu penting bagi pihak pemerintah untuk tetap mendukung pelaku UMKM apapun kondisinya, karena hal ini membuat perekonomian Indonesia tetap stabil (Sarfiyah, Atmaja, Verawati 2019)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pandemi covid-19 banyak mempengaruhi berbagai bidang termasuk perekonomian sehingga berpengaruh juga terhadap pendapatan masyarakat. UMKM merupakan salah satu pihak yang banyak mengalami dampak penurunan pertumbuhan ekonomi. Ekonomi digital merupakan salah satu solusi untuk membangkitkan kembali perekonomian UMKM. UMKM merupakan pilar penting bagi perekonomian Indonesia dengan penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07% atau senilai dengan 8.573,89 triliun rupiah. Untuk itu ekonomi digital dapat menjadi tumpuan dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Kota Medan di masa pandemi covid-19.

Pemerintah Kota Medan juga turut membantu pihak UMKM dalam mengembangkan perekonomian di Kota Medan, salah satu caranya adalah dengan melakukan binaan terhadap para pelaku UMKM. Saat ini sudah 246 unit UMKM yang sudah mengikuti binaan pemerintah Kota Medan dan sudah memasarkan produknya melalui e-commerce. Banyak masyarakat pelaku UMKM yang merasa diuntungkan dan merasakan kemudahan dengan adanya e-commerce sebagai akses untuk pemasaran produk agar dapat menjangkau usahanya lebih luas. E-commerce pada saat ini dapat memberikan banyak dampak positif bagi kesejahteraan UMKM Kota Medan pada masa pandemi Covid-19

5.2 Saran

Saat ini hanya dengan 1 buah telepon genggam sudah bisa membeli sesuatu tanpa perlu alat yang banyak, bahkan tanpa berpindah lokasi. Untuk itu, pelaku UMKM diharapkan dapat terus mengoptimalkan penggunaan e-commerce karena saat ini sudah masuk ke era digital. Karena ada banyak kemudahan yang ditawarkan e-commerce, salah satunya adalah dalam hal transaksi.

Pemerintah harus terus mendukung UMKM dalam penggunaan e-commerce, karena UMKM merupakan penggerak ekonomi di Indonesia. Karena UMKM adalah salah satu penggerak perekonomian dengan menyediakan banyak dan ragam lowongan kerja di Indonesia yang dapat membantu pulihnya perekonomian Indonesia saat ini. E-commerce dan juga pemerintah diharapkan untuk dapat terus meningkatkan keamanan dan kenyamanan pembeli maupun penjual, baik melalui online, maupun dalam pengiriman barang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Halim Barkatullah., & Teguh Prasetyo. (2005) *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [2] Aisyah, S. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Umkm Serta Strategi E-Marketing Umkm Di Indonesia*
- [3] Appsflyer. (2021). *The State Of E-Commerce App Marketing*. <https://www.appsflyer.com/infograms/state-of-e-commerce-2021/>.
- [4] Arsyad Sanusi (2011). *Hukum E-Commerce*, Jakarta: Sasrawarna Printing.
- [5] Badan Pusat Statistik (2022). *Pertumbuhan Kota Medan Tahun 2021* (Sumatera Utara: Bps) Ball, Donald A & McCulloch, Wendell H (2001). *International Business*. 7th Ed. Mcgraw Hill
- [6] Hadi, D. F., Zakiah, K., & Bandung, I. (2021). *Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi*.
- [7] *Competitive*, 16(1). <http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive>[32]
- [8] Hamidah, Q. R., Tri, A., Sejati, P., & Mujahidah, A. Z. (2019). *The Development Of Small And Medium Businesses (Msmes) Based On Tecnology To Deal With The Industrial Revolution 4.0* (Vol. 2, Issue 1). <https://jurnal.uns.ac.id/shes>

- [9] Hanim, L., & Sopyonyono, E. (2021). Pengembangan Umkm Digital. Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai. Hertina, D., Hendiarto, S., & Wijaya, J. H. (2021). Dampak Covid-19 Bagi Umkm Di Indonesia
- [10] Huang C, Wang Y, Li X, Ren L, Zhao J, Hu Y, Et Al. Clinical Features Of Patients Infected With 2019 Novel Coronavirus In Wuhan, China. *Lancet*. 2020;395(10223):497-506.
- [11] Kotler, P., & Armstrong G. (2012). Manajemen Pemasaran (12th). Jakarta: Erlangga
- [12] Laudon., Kenneth C., & Traver, C. G. (2012). E-Commerce 2012: Business, Technology, Society, 8th Ed. Harlow: Pearson
- [13] Nuraharto, K. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Madiun Provinsi Jawa Timur.
- [14] Rijal Fadli,M. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/Hum.V2i1>
- [15] Riedel S, Morse S, Mietzner T, Miller S. Jawetz, Melnick, & Adelberg's. (2019). Medical Microbiology.
- [16] 28th Ed. New York: Mcgraw- Hill Education/Medical; P.617-22.
- [17] Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Rep (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/Rep.V4i2.1952>
- [18] Silfia, B., & Utami, A. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor Umkm Di Indonesia (Vol. 03, Issue 1).
- [19] Simon Kemp. (2022). Digital 2022 Indonesia. We Are Social And Kepios. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- [20] Solang, F. S., Kaawoan, J. E., & Sumampow, I. (2019). Str Ategi Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Masyarakat Di Kabupaten Minahasa Selatan, 3(3)
- [21] Suchiatiningsih Dian Wisika Prajanti, E. S. (2021). Umkm Jejak, Aksi & Solusi Saat Pandemi (1st Ed). Semarang: Fastindo.
- [22] Susana & Suprpti. (2005). Ekonomi Dan Bisnis. Opini. Vol. Vii No. 2
- [23] Suyadi, B.-R., Syahdanur, :, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangasn Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Ekonomi Kiat*, 29(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- [24] Tarigan, Z. N. A., Dewi, F. N., & Pribadi, Y. (2022). Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Masa Pandemi: Dukungan Kebijakan Pemerintah. *Jurnal Bppk*, 15(1), 12-23
- [25] Tulus Tambunan. (2012). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: Lp3es. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Umkm, Bab Iv Pasal 1.
- [26] Walsyukurniat, O., Stkip, Z., & Selatan, N. (2020). Gerakan Mencegah Daripada Mengobati Terhadap Pandemi Covid-19. <https://www.sehatq.com/artikel/bahaya-virus->
- [27] Widagdo, P. B. (2016.). Analisis Perkembangan E-Commerce Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Wilayah Di Indonesia. Universitas Gajah Mada
- [28] Wong., & Jony., (2010). Internet Marketing For Beginners. Jakarta: Elex Media Komputindo.